



Igartua Perosanz, J.J. (2006) *Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación*. Barcelona, Editorial Bosch.

Recensión realizada por:
María José Rodríguez Conde
mjrc@usal.es
Universidad de Salamanca

Uno de los ámbitos de investigación más prometedores y menos desarrollado en el ámbito del conocimiento científico en ciencias sociales es actualmente, en nuestro país, el de la Comunicación. Pero, ¿qué es investigar? ¿Cuáles son las características del método científico? ¿Con qué herramientas cuentan los comunicólogos para investigar como rigor, empleando los métodos cuantitativos? ¿Cómo elaborar un informe de investigación y adaptarlo hasta convertirlo en un artículo científico? ¿Por qué es importante publicar en *revistas de impacto*? ¿Cómo establecer relaciones de causalidad en el estudio de los procesos de la comunicación mediática? ¿Qué son las revisiones de meta-análisis y para qué sirven? ¿Cómo construir instrumentos de medida válidos y fiables tanto en la investigación correlacional como experimental? ¿Es posible analizar los mensajes mediáticos con métodos rigurosos y objetivos? ¿Hasta qué punto es útil la investigación de laboratorio para los comunicólogos? ¿Qué son las pruebas de contraste de hipótesis y para qué se recurre a ellas? ¿Cuáles son las principales pruebas estadísticas (de tipo univariado, bivariado y multivariado) y cuándo deben emplearse? ¿Cómo utilizar eficazmente el programa de análisis de datos SPSS en la investigación en Comunicación?

Todas estas preguntas y algunas más tienen respuesta en el texto *Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación*. Un libro pensado desde y para la investigación en Comunicación, con numerosos ejemplos de investigaciones sobre comunicación audiovisual, periodismo y publicidad. Todos estos conceptos y procedimientos son perfectamente trasladables a cualquier campo de las ciencias sociales, también el de la educación.

Se explican las principales características del proceso de indagación científica y se describen con precisión los fundamentos del análisis de contenido, la investigación mediante cuestionario y la metodología experimental. El texto también contiene una sólida y pormenorizada explicación de las técnicas de análisis de datos y su utilización en la investigación en Comunicación mediante el programa SPSS. El libro está dirigido a los estudiantes de licenciatura y de postgrado (master y doctorado) de las Facultades de Comunicación (Comunicación Audiovisual, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas), y de áreas afines (Sociología, Psicología, Educación, Documentación). Un texto expresamente elaborado para facilitar la inmersión en la investigación en Comunica-



ción, en un momento en el que la sociedad demanda cada vez más conocimientos precisos y rigurosos sobre los procesos, los contenidos, los medios, las tecnologías, los usos y los efectos de la comunicación mediática.

María José Rodríguez Conde